

*Кандидат философских наук,
доцент кафедры философии
Алтайского государственного университета
И. Н. Дубина
Барнаул*

ПОЛИСУБЪЕКТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ТВОРЧЕСТВЕ

Одним из значительных результатов философских, социологических и социально-психологических исследований XX в. стало понимание того, что субстанциальное постоянство и тождественность человеческого «Я» – не более, чем иллюзия. Человек не обладает постоянным и устойчивым Эго, он есть непрерывно изменяющееся отношение «Я – Иное». Современная философия рассматривает субъекта как флуктуирующего, вечно меняющегося «субъекта-в-процессе». Исследователи уже не считают одно «Я» непременно важным для человека; субъект рассматривается как множественный ⁵⁵.

Поливариантность субъекта объясняется его включенностью в поле социальных коммуникаций. Формирование субъекта и поддержание его психической связности происходит в социальных коммуникациях, обеспечивается другими людьми. Социальная коммуникация рассматривается в постнекласической философии в качестве основного способа как изменения субъекта, так и поддержания его стабильности. В такой концепции очевиден переход от субстанциалистского к релятивно-коммуникативному пониманию личности.

Аннигиляция субъективности, основанная на преодолении представлений о субъекте как центрированной целостности, позволила достичь интересных результатов в философских и научных исследованиях. Принципы полисубъектности и коммуникативности могут служить базой и для изучения творчества – одного из самых важных понятий, характеризующих бытие человека и его деятельность.

Полисубъектность обнаруживается в творчестве как *интерналистская* и *экстерналистская* множественность креативного субъекта.

⁵⁵ См., например: Трубина Е. Г. Рассказанное Я: Проблема персональной идентичности в философии современности. Екатеринбург: Изд-во УрО РАН, 1995.

Интерналистская полисубъектность – фундаментальная характеристика творчества, проявляющаяся в том, что по сути креативный процесс всегда осуществляется несколькими субъектами. Множественность субъекта – автора художественного и научного дискурса неоднократно подчеркивалась в литературе (М. Фуко, А. С. Майданов, М. Г. Ярошевский и др.).

Многосубъектность очень ярко и концентрированно выражена в науке, где значимость коллективной работы непрерывно возрастает, особенно в отраслях, связанных с использованием сложной экспериментальной техники. Институционализированные формы научной полисубъектности возникли на рубеже XIX – XX вв., но опосредованная коллективность научного труда существовала всегда и везде (неформальные объединения исследователей, «незримые колледжи», научные школы и т. п.).

В областях гуманитарных наук и теоретического естествознания *результаты* креативного поиска по-прежнему выражаются преимущественно в «моносубъектных» формах. Но даже если деятельность по поиску нового научного или технического решения реализуется одним субъектом, то в ходе поиска он так сильно эволюционирует (изменяются его исходная позиция, способ рассмотрения объекта и подход к нему, приемы и средства поиска), что данный субъект является, по существу, уже иным. В этом процессе человек, преобразуя внешние обстоятельства, преобразует самого себя, превращаясь в иного субъекта. Такая метаморфоза может происходить не один раз, так что фактически креативный процесс и в этом случае осуществляется несколькими субъектами, хотя и воплощенными в одном конкретном индивиде, являющемся, по выражению А. Н. Леонтьева, «республикой субъектов».

Любопытным выражением полисубъектности в искусстве служит феномен интертекстуальности, т. е. неявного присутствия в тексте других текстов, а точнее – эхо, отголоски других текстов. Однако полисубъектность художественного творчества более опосредована и не так заметна, как в науке. Создание произведений искусства, как правило, связывается с именем одного человека, тем самым полисубъект-

ность и коммуникативность художественного творчества маскируются.

Экстерналистская полисубъектность творчества проявляется в направленности креативного процесса на Другого. Исследователи художественного творчества неоднократно обращали внимание на роль реципиента в деятельности художника (Ф. Ницше, Л. Фейербах, В. Кандинский, А. Толстой, Г. С. Батищев, У. Эко, А. Хаузер и др.). В наше время фактор влияния предполагаемого читателя на процесс создания произведения становится практически общепризнанным. От того, на какого «читателя» рассчитывает автор («наивного» или «искушенного», «реального» или «идеального» и т. д.), зависят «язык» и «правила» коммуникации. В зависимости от «энциклопедии» предполагаемого читателя, художник отбирает приемы, способы, материалы, и ждет, что зритель по достоинству их оценит. Все произведения создаются в надежде на ответ со стороны реципиента. Художник всегда стремится к конвенции со зрителем по поводу искусства, художественного языка, образа, стиля.

У. Эко неоднократно подчеркивал базисную коммуникативную установку автора, его направленность на реципиента, некоторого «модельного читателя». Автор первоначально ориентируется на зрителя как на «сообщника», но при этом пытается изменить его и «сотворить своего читателя». Художественное творчество становится своеобразным мостом между автором и реципиентом произведения. «По окончании любой работы, – писал У. Эко, – завязывается диалог между произведением и публикой. Автор из него исключается. А пока работа еще не кончена, ведутся два других диалога. Во-первых, между создаваемым текстом и остальными, ранее созданными текстами (каждая книга говорит только о других книгах и состоит только из других книг). И, во-вторых, диалог автора с идеальным читателем»⁵⁶.

Именно многомерность (многосубъектность) формирует коммуникативное поле, в котором и происходит развитие

⁵⁶ Эко У. Заметки на полях «Имени розы» // Эко У. Имя розы. М.: Книжная палата, 1989. С. 427–467.

новой идеи⁵⁷. В любой области (науке, искусстве, политике, технике и пр.) возникновение и развитие креативной идеи осуществляется благодаря коммуникации и в процессе коммуникации (или автокоммуникации). В полисубъектной коммуникации при столкновении идей происходит «вспышка креативности» (ага-переживание, инсайт, озарение) и рождение новой идеи. Коммуникация выступает в качестве неперемного фактора креативной деятельности, новая идея не может интерпретироваться только как продукт усилий индивидуального ума. Она порождается пересечением линий мысли, идущих из многих источников.

Основными коммуникативными механизмами креативного поиска, как показали В. С. Библер, М. М. Бахтин, Л. С. Выготский, М. С. Каган, А. С. Майданов и др., являются диалог и дискуссия. Диалог представляет собой форму коммуникации, осуществляющейся путем взаимодействия в той или иной степени различных, но не соперничающих точек зрения, подходов, направлений. В диалоге коммуникативный процесс развивается не только за счет принятия мыслей другого, но и за счет идей, стимулированных этими мыслями. Он обретает устойчивость благодаря формированию результата, который содержит и сохраняет общность, развившуюся в ходе взаимодействия двух субъектов, каждый из которых вносит вклад в развитие этой общности.

Дискуссия способствует, прежде всего, формированию общей, единой и непротиворечивой ситуации, обеспечивающей *понимание* проблемности и только затем – ее снятие. Главной функцией дискуссии является скорее не эвристическая, а интегрирующая: дискуссия оказывается механизмом установления связей, отношений, единства «Я» и «Другого» (или «Другого Я»). Дискуссия сначала порождает разнообразие и избыток возможных решений (генеративная функция), а затем способствует устранению поливариантности решений, информационной избыточности, расхождений и противоречий, отбирая более правдоподобные и перспективные решения (селективная функция).

⁵⁷ См.: Дубина И. Н. Творчество как феномен социальных коммуникаций: Монография. Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2001.

Креативный процесс, таким образом, можно представить в виде рекурсивного развития идеи путем многократного «прокручивания» некоторого базового мыследеятельностного цикла, основанного на механизмах преемственности, преобразования и обогащения.

В формирующемся сегодня интерактивном телекоммуникационном искусстве полисубъектность и коммуникативность творчества демонстрируются совершенно отчетливо. *Media art* манифестирует новую парадигму творчества, оппозиционную классической, построенной на дилемме «автор – публика». В телекоммуникационном искусстве продукты креативной деятельности становятся не результатами, а, скорее, документами, фиксирующими креативный процесс своеобразного телекоммуникационного диалога с Другим. Художник уже не имеет привилегированного статуса создателя произведения (картины, скульптуры, текста, фотографии и т. п.), а представляется в качестве инициатора открытого коммуникативного поля, в котором осуществляется креативное взаимодействие с бывшим зрителем, который теперь сам стал участником диалога. Произведения как такового не существует, система смыслов и значений не репрезентируется, а непосредственно присутствует, демонстрируя ход полисубъектного креативного процесса.

Творчество – это динамичный феномен, обладающий социально-коммуникативной природой, возникающий и развивающийся в социальных коммуникациях. В творчестве всегда присутствует коммуникативная направленность на другого субъекта и отношение с Другим, творчество – всегда со-творчество.

Социально-коммуникативная природа творчества не всегда проявляется явно и открыто. Понять полисубъектность творчества мешает индивидуалистическая концепция самодостаточного «Я». Закрепившиеся в обыденном сознании субстанционалистские представления о субъекте творчества маскируют полисубъектность и коммуникативность креативных процессов.